**Проектное предложение**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Прикладной |
| Название проекта | «Моделирование и выпуск делового медиа на платформе Telegram и в социальных сетях» |
| Подразделение инициатор проекта | Департамент медиа |
| Руководитель проекта | Зеленцов Михаил Владимирович |
| Основная проектная идея / описание решаемой проблемы | Будучи универсальным и многопрофильным вузом, «сердцем» ВШЭ была все-таки экономика. В эпоху глобальных экономических пертурбаций, деловая информация, написанная человеческим (понятным) языком, является роскошью. В связи с этим стоит подумать об эксперименте - связать бренд Высшей школы экономики, опыт студентов вуза с реализацией именно делового информационного медиа. Кроме того, если мы говорим о работе студентов, то необходимо в области таргетирования проекта заходить на более молодую аудиторию (18-35) и новые площадки взаимодействия с этой аудиторией.  Основная идея проекта - студенты Высшей школы экономики планируют, моделируют, выпускают в свет медиа об экономике, финансах, бизнесе, в котором простым и понятным языком (формат объяснительной журналистики) объясняются сложные вещи. Основные референсы при моделировании - The Bell, классическая модель газеты «Ведомости».  В расчет решаемой проблемы берем вовлеченность аудитории в чтение/просмотр/прослушивание (зависит от формирования форматной сетки) деловой информации создаваемого медиа. |
| Цель проекта | Создание делового медиа на платформе Telegram и в основных социальных сетях (VK, Fb, Twitter), основной специализацией которого будет объяснительная экономическая журналистика. |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные требования к результату | * Создание к марту-апрелю 2021 года студенческого делового медиа на площадках Telegram, ВКонтакте, Facebook, Twitter. * Контентная наполняемость каналов: в тестовом режиме (до конца апреля) — 5 материалов в день, в общем режиме (май) — 10 материалов в день. * Количественная вовлеченность аудитории (совокупная по всем каналам на конец мая): 5 тыс. человек. |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | Участники проекта должны иметь общее представление о системе деловых медиа, разнообразии мультимедийных форматов, особенностях работы социальных медиа. Готовы работать в команде на результат.  Нужны:  — корреспондентский блок - отвечают на непосредственную работу со спикерами, источниками информации, занимаются производством медиатекстов;  — редакторский блок — отвечают за редактирование медиатекстов и наполняемость каналов в социальных медиа, каждый редактор прикреплен к отдельному каналу и знает его специфику;  — мультимедиа блок (бильд-редактор -1, видео-редактор — отвечают за мультимедийную составляющую: отвечают за подбор иллюстративного материала, его редактирование, «очистку» прав;  — продвижение и аналитика - анализирует аудиторию медиа, занимается «раскруткой» канала через тизеры на медиаресурсах ВШЭ, в социальных сетях, работает с обменными сетями. |
| Количество вакантных мест на проекте | 20 |
| Проектное задание | 1. Моделирование проекта медиа:  * разработка редакционной модели и обсуждение редакционной политики; * разработка тематической вертикали и форматной сетки (какие темы и с помощью каких форматов и жанров рассказываем аудитории?); * исследование таргет-группы (на какую аудиторию рассчитываем? какие потребности нам нужно учесть? в какую «точку» заинтересованности попасть?) * общее представление технологического и бизнес-плана (с помощью каких средств? планируем ли привлечение средств после выхода в «прод» в конце мая? интересует ли нас коммерческая модель?) * разработка брендбука (как будем выглядеть? какое лого? как видим свое присутствие в разных соцмедиа?)  1. Запуска проекта и его продвижение:  * тестирование «препрода» канала в фокус-группе — выявление проблем, работа над смысловыми и техническими «багами»; * анонсирование запуска в социальных медиа; * непосредственный запуск в «прод»; * анализ поведения аудитории, работа над ошибками.  1. Производство контента (в зависимости от выбранной стратегии по темам и форматам)  * формирование пула источников: открытых, экспертов, профильных ведомств; * непосредственное написание текстов; * работа с фото и видео; * возможное производство подкастов и влогов   Предполагаемые объемы производимого контента:   * тестовый период - 5 материалов в день * общий режим - до 10 материалов в день (форматы значения не имеют). |
| Критерии отбора студентов (применяются в случае большого количества заявок на проект) | * опыт написания медиатекстов и их редактирование; * опыт производства фото- видеоконтента; * опыт продвижения в социальных медиа; * опыт практической работы в деловых СМИ или экономических редакциях. |
| Сроки и график реализации проекта | 15 января - 15 мая 2021 года |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 7 часов в неделю |
| Количество кредитов | 4 |
| Форма итогового контроля | Экзамен |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | 1. концепция медиа (выработанная модель); 2. непосредственный выход медиа в «прод» (продакшн - присутствие проекта в сетях и мессенджере); 3. количество производимого контента; 4. качество производимого контента. |
| Образовательные результаты проекта | Участники проекта:   * изучат всю цепочку разработка медийного стартапа - от синопсиса до бизнес-плана; * углубленно рассмотрят специфику работы с деловой информацией; * сформируют понимание продвижения контента в ведущих социальных медиа; * получат опыт работы в команде по производству новостного и мультимедийного контента профильного назначения; * приобретут компетенции по анализу аудитории. |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров | Достижение результата, экзамен |
| Рекомендуемые образовательные программы | ОП бакалавриата и магистратуры: Журналистика, Медиакоммуникации, Реклама и связи с общественностью, Маркетинг, Управление бизнесом, Маркетинг и рыночная аналитика, Менеджмент в СМИ, Интегрированные коммуникации, Визуальная культура, Трансмедийное производство в цифровых индустриях, Экономика |
| Территория | Удаленно (zoom + Telegram) |